

ABSTRAK

Herman, 2018. *Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) Melalui Media Sosial (Studi di Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli)*. Tesis Prodi KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Perkembangan teknologi dan Informasi berkembang sangat dinamis, Sehingga dengan adanya kemajuan teknologi ini memberikan pengaruh yang cukup besar. DT Peduli Daarut Tauhid (DT PEDULI) berusaha menjangkau para donaturnya melalui media sosial seperti facebook dan twitter, Media sosial ini digunakan sebagai sarana *soft campaign* maupun *hard selling*. Melalui media sosial ini, audiens dapat berkomunikasi secara langsung dan komprehensif dengan staf DT Peduli Daarut Tauhid (DT PEDULI), juga mempunyai profil audiovisual yang diupload di internet sebagai sarana dalam berdawah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tentang teknis penyampaian, faktor pendukung dan penghambat serta keberhasilannya. Teori yang dipakai dalam penelitian ini memakai teorinya Antony Mayfield, bahwa tujuan dari adanya media sosial adalah menjadi manusia yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, untuk membangun sebuah komunitas.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Peneliti mengambil setting di DT Peduli. Adapun teknik penelitiannya dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan, teknis penyampaian strategi komunikasi, di realisasikan dengan membuat program untuk mewujudkan visi dan misinya Selain itu, melakukan publikasi melalui penggunaan media sosial (*fanspage* FB), twitter sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan para komunitas donatornya. dan twitter. Media sosial ini digunakan sebagai sarana *soft campaign* maupun *hard selling*. Faktor pendukung dalam penghimpunan ZIS, yaitu memiliki pemimpin yang kharismatik, banyaknya donasi, loyalitas pengurus dan anggota, kepanatikan para jamaa. Sedangkan Penghambatnya, Kurangnya kesadaran muzakki, tidak adanya sanksi tegas dalam Undang-Undang bagi yang tidak mengeluarkan zakatnya, banyaknya lembaga amil zakat (LAZ) yang tidak berizin, kurangnya kepercayaan sebagian masyarakat. Adapun Keberhasilan dalam penghimpunan dana di Daarut Tauhiid Peduli, dapat terlihat, melalui : layanan langsung, jemput zakat, conter zakat, kencleng, program beasiswa, program dakwah-Ku.

Kata Kunci : ***Strategi Komunikasi, Pengelolaan ZIS, Media Sosial***

ABSTRACT

Herman, 2018. Communication Strategy for Management of Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) through Social Media (Study at DT Cares Amil Zakat National Institution). KPI Study Program Thesis UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

The development of technology and information has developed very dynamically, so that with the advancement of technology this has a considerable influence. DT Peduli Daarut Tauhid (DT CARE) tries to reach out to its donors through social media such as Facebook and Twitter, this social media is used as a soft campaign and hard selling tool. Through this social media, audiences can communicate directly and comprehensively with DT Peduli Daarut Tauhid staff (DT PEDULI), also has an audiovisual profile uploaded on the internet as a means of reclining. The purpose of this study is to find out about the technical delivery, supporting factors and obstacles and its success. The theory used in this study uses Antony Mayfield's theory, that the purpose of the existence of social media is to be people who share ideas, collaborate, and collaborate to create, think, debate, to build a community.

This research is a type of qualitative research. The researcher took the settings at DT Care. The research techniques using observation, interviews and documentation as a data collection tool. Data analysis uses data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results showed that the technical delivery of the communication strategy was realized by creating a program to realize its vision and mission. In addition, conducting publications through the use of social media (fanspage FB), twitter as a means to communicate with the community of donors. and twitter. This social media is used as a soft campaign and hard selling tool. Supporting factors in the collection of ZIS, namely having charismatic leaders, the number of donations, the loyalty of administrators and members, the panic of the congregation. Whereas Obstacles, Lack of awareness of muzakki, the absence of strict sanctions in the Law for those who do not issue zakat, the number of unlicensed amil zakat (LAZ) institutions, lack of trust in some communities. The success in raising funds in Daarut Tauhiid Peduli can be seen through direct services, zakat collection, zakat contests, kencleng, my scholarship program, My da'wah program.

Keywords: Communication Strategy, Management of ZIS, Social Media